全媒体时代加强媒体新闻道德伦理建设之浅见

锁敬慧
（亳州广播电视台，安徽 亳州 236000）

摘 要：伴随全媒体时代的到来，在新技术的助推下，新闻媒体在传播上更加注重快，在生产流程上更加简化。为了抢到“第一”“独家”，博取受众眼球，导致虚假新闻不时产生，进而影响媒体的公信力。因此，无论是传统媒体还是新媒体，都要注重新闻道德伦理建设，不能为了抢发新闻、追求眼球效应，而忽略了媒体自身的职业底线。在乱花渐欲迷人眼的新媒体时代，加强媒体新闻道德伦理建设，应成为媒体界的共识和自觉遵守的原则。

关键词：新闻道德伦理；新闻观；职业底线；新闻秩序；全媒体时代　　**中图分类号：**G623　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-058-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.017
本文著录格式：锁敬慧 .全媒体时代加强媒体新闻道德伦理建设之浅见，2022（06）：58-60.

互联网时代，每天的海量信息，令人眼花缭乱。为了博取受众眼球，传统媒体和新媒体都在挖空心思，制作精彩的融媒体新闻产品。然而，在这个处处追速度、个个争爆款的全媒体时代，有的媒体一味追求所谓新和快，以商业利益驱动新闻传播活动，甚至违背基本职业道德要求，导致乌龙事件、舆情风波不断，也让媒体的公信力受到质疑。

2021 年 5 月份，我国杂交水稻专家袁隆平骤然离世，这是一件牵动人心的新闻事件。可是有个别媒体，为了抢发独家新闻，不以亲人发布、官方认可为依据，竟然在新媒体上抢先发出袁老逝世的消息，引起轩然大波。随后，其他媒体跟进，查明袁老依然在抢救的事实，这家媒体又赶紧致歉，狼狈之至。这种新闻的发布，不仅给当事人家庭带来不应该的感情伤害，也让受众对媒体自身的公信力提出质疑，真是得不偿失。

有统计显示，我国网民人数已经突破 10 亿，互联网普及率高达71.6%，人们形象地称网络是“第二生存空间”。所以，技术在飞速发展的同时，网上意识形态的管控工作必须跟进，一旦滞后各种问题就会随之而来。那么，在这个网络时代，媒体在利用最先进的互联网技术，生产更多更好的新闻产品，让受众接收更深层次的新闻内容的同时，如何避免虚假信息的产生？如何避免把关不严造成的新闻事故？如何承担起“澄清谬误”的职业职责？如何在社会效益与经济效益中权衡取舍？这些更应该作为重要课题，进行深入的研究。笔者认为，无论是传统媒体还是新媒体，都要加强采编人员的新闻道德伦理建设，提高公众媒介的职业素养，做到知敬畏、存戒惧、守底线，自觉抵制各种错误思潮、错误言论、错误认知，才能在复杂的舆论场高高举起旗帜，唱响主旋律，打好主动仗，弘扬正能量。

1. 加强新闻道德伦理建设，要牢固树立马克思主义新闻观，筑牢思想底线

每一种职业，肯定都有业内的道德操守和做事底线，新闻职业也不能除外。我国新闻界普遍认为，新闻道德伦理是新闻传播业整体、新闻媒介和媒体队伍在新闻传播活动过程中的价值取向、道德操守与日常行为规范等的总和。[1]

以互联网为基础的新型传播形式的出现，包括微信、客户端、抖音、快手等平台进行的移动直播，生产的音视频、H5 产品等，集看电视、听广播、浏览信息于一体，改变了媒体行业的原有状态，也让新闻传播领域出现了新特点。[2]

可以说，新媒体的兴盛，大幅度提升了新闻传播的活跃度，但也给媒体行业的有序发展带来了新的变数。在新技术的助推下，新闻传播更加注重快，生产流程更加简化，个别时候为了抢“独家”，导致行业的恶性竞争和新闻传播的无序性，进而影响媒体的公信力。作为要对社会舆论负责任的媒体行业，一方面要靠行业铁规，加强惩罚力度，从外部做好管理。另一方面，要靠遵循新闻道德伦理的约束，让从业者个体从内部进行自我管控，提升个人对行业重要性的认知，从根子上筑牢职业底线，由此预防新闻传播的无序和失范。

无论是新媒体还是传统媒体，作为党领导下的新闻媒体，在加强新闻道德伦理建设中，首先要树立正确的新闻观，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑。党媒姓“党”，党的新闻工作者就应该遵循马克思主义新闻观，特别是在全媒体时代，新闻从业者传播报道的方式改变了很多，但起码的新闻观教育不能忽略、更不能无视，而是必须加强。[3]

任何一个主流媒体，特别是在人员刚入职时，就必须先上好“党课”。针对不同岗位的从业人员，都要进行系统的党的新闻理论业务培训，牢固树立采编播人员的马克思主义新闻观，树立“全心全意为人民服务”的理念，为采编播全流程各环节的导向把控，奠定良好的思想基础。特别是作为党的舆论主阵地的主流媒体，更应该自觉引导广大从业者，把坚持党性原则、坚持正确政治方向放在第一位，任何时候都要把宣传党的主张作为首要任务，同时，把党性和人民性统一起来，把党的

理论路线和方针政策变成人民群众的自觉行动，及时把基层最鲜活的事迹、最典型的经验反映上来，为新时代经济社会发展鼓与呼。[4]

2. 加强新闻道德伦理建设，要坚持“事实第一性、新闻第二性”

媒体喜欢追新，新是新闻的特征，快速的报道是新闻媒体的职责。特别是新媒体时代，拿起手机就能拍摄一条新闻，在新闻现场就可以编辑、发布、传播。遇到突发事件，媒体更是加快传播速度，甚至进行自我炒作。从新闻学专业来分析，这种“快”背离了“事实第一性、新闻第二性”的新闻本源理念。为了快和抢先，甚至不去核实信息的真实性，报道就会有偏差的倾向，新闻媒体的形象和公信力必然大打折扣。[5] 在互联网时代，媒体非常重视在信息上与受众的互动，有时个别采编人员还会加上情绪化的评论，这就导致互联网中充斥许多不恰当的言论，甚至引发不必要的舆情。

在全媒体时代，媒体的报道形式可以多种多样，但尊重客观事实永远是新闻职业的生命线，要坚持网上网下的一致性，用一把尺子管理到底。每一次新闻传播，既是对媒体信誉的展现，也是对传播者自身新闻道德伦理意识的检验。[6] 所以媒体在报道新闻时，无论是网上还是网下，都必须对新闻来源和新闻事实进行层层核实、把关，然后在理性判断后进行传播。如果媒体能够做到这些，开篇提到的抢发袁老病逝的新闻事件就不会发酵。

新媒体时代，舆论场越来越复杂，舆情演变迅速多样。这对新闻宣传工作提出了更加严格的要求。除了遵守新闻传播规律，也要遵循新闻职业道德。著名新闻记者和新闻学者邵飘萍十分重视新闻的真实性，每次采访都“亲临现场，细致观察”，他说：“凡事必力求事实真相”，要始终以“探究事实不欺阅者”为新闻报道的第一原则。每一位新闻从业者都要学习老一代新闻工作者的职业精神，加强新闻道德伦理建设。把真实性当成新闻的生命线，认真细致地核实每一个信息，甚至一个数字、一个引语、一个背景材料，不去道听途说、想象推理、添油加醋，客观公正地开展每一次采访，平等地与每一位被采访对象交流对话。做到这些，又何来虚假新闻？又如何出现工作失误？在中华民族走向伟大复兴的征程上，作为“中国梦”的记录者、传播者，更应该恪守新闻道德伦理，坚决抵制各种不良现象，牢牢把握舆论的主渠道、主阵地、主战场。

3. 加强新闻道德伦理建设，要坚持以人为本理念注重职业道德

前些年的某天，安徽省颍上县一段高速公路上，因团雾过大致使多车追尾。这起重大交通事故当天造成 18 人死亡，21 人受伤。颍上县广播电视台某记者迅速赶到现场，这本是一则令人痛心的消息，但是当这位记者完成报道任务之后，不但没有对事件进行人性化的后续关注，居然还在惨烈的事故现场，胸前挂着采访证、摆出 V 字形的手势拍照，并发在微博上进行炫耀。此种不当行为一经在网上传播，迅速引发了舆论关注和网络热议。

一场因团雾带来的恶性交通事故，造成了多人丧生，给多少个家庭带来突如其来的横祸和悲痛。无数人看到这条新闻时，相信都是怀着沉痛的心情。这位新闻工作者不管出于什么心理，都不应以事故现场为背景，做出象征胜利的剪刀手姿势进行微笑摆拍。网友们对此感到愤怒和震惊，纷纷声讨记者的行为，质疑记者的新闻道德伦理和社会责任。

新闻道德伦理是由新闻界的“伦理准则”衍变而生，它要求媒体从业者须有高度的道德感和责任心，媒体在新闻活动中“应当如何”的观念和舆论约束。[7] 虽然她是一名新闻队伍的新兵，但是挂着采访证并以车祸背景微笑自拍，显然超出了人们的承受底线，更不符合一个新闻工作者的基本职业操守。毕竟记者不是普通人，它意味着一个涉及公共传播的严肃话题，对受众而言，不懂得尊重生命或者说漠视生命的尊严，就已经丧失了最基本的新闻道德伦理，更不用说什么职业道德了。

2019 年 11 月 7 日，新闻工作者协会修订了《中国新闻工作者职业道德准则》，其中就提到“增强社会责任感，严守道德伦理底线，坚决抵制低俗、庸俗、媚俗的内容”。新闻道德伦理不仅是媒体从业者的“行动指南”，还是他们的“动力源泉”和行动中的“评价标准”。有正确的新闻道德伦理观植根头脑中，媒体从业者就不会在公众视野中出现不当行为；就会依照新闻传播规律，认认真真进行采访，对自己说的每一句话、写的每一个字、拍摄的每一个视频负责；就会坚持以人民为中心的工作导向，带着温情把更多的篇幅、更多的镜头对准老百姓火热的生活，更多关注的是“美”，而不是传播“丑”。

4. 加强新闻道德伦理建设，要理性追求点击量提升新闻品质

随着互联网新技术的发展，自媒体不知不觉中成为一个庞大的产业，在管理的盲区利用虚假信息、低俗信息、隐私信息吸引眼球，迎合受众的猎奇心理，短期内获得可观的点击量，但是违背了社会良俗，败坏了网络风气。长此以往将影响内容生产力、创造力，进而在受众中失去影响力和美誉度。

另外，在记者现实的新闻采访报道中，也存在这样的现象，自己精心采制的新闻，业内人士也给予认可，可是放到新媒体平台上，点击量却少得可怜。反观民生新闻，记者采访的所谓“鸡毛蒜皮”的小事，在新媒体平台上点击量却成倍的放大。因此，给采编人员造成假象，主题报道过于说教不得人心，再怎么用心也换不来点击量。而为了推动媒体的深度融合，个别传统媒体在对采编人员进行考核的时候，也把点击量作为重要的参考之一。不怎么深入的采访换来了高收入，而花上个把月采写的报道，却因网上关注少而费力不讨好。这样就导致恶性循环，有些采编人员不注重个人能力的提升，而是把能否换来点击量当作是否采写优质新闻的唯一参考值。

以上两种现象中，记者没有反思自己的职业水准、创新能力、故事挖掘能力。导致了媒体报道失去活力，或者走偏了方向，导致影响力下降。其实，纵观近年来，

不少的主流媒体，通过新技术积极改变着新闻的生产模式。而唯一没变的是，对内容生产的精益求精。一直在围绕党和人民的需要，创新采制叫好又叫座的新闻产品。在信息泛娱乐化的今天，这些媒体坚守阵地，做到了守正创新，服务大局，成为清流，树立了良好的媒体形象。比如近年来围绕“庆祝中华人民共和国成立70周年”“庆祝中国共产党成立100周年”，不少媒体进行深入的挖掘，人民网推出的“70年70问”，通过老百姓的语言，引起受众的阅读兴趣，视频播放量达2.3亿。新华网推出的100集融媒体大型系列报道“红色百宝 奋斗百年”，展现了建党百年奋斗历程，全网阅读量达50亿人次，引发不少网友持续关注。

由此可见，不能把追求点击量作为问题的根源，媒体从业者要把树立合理获取点击量作为追求目标，以此来激励自己不断创作更有价值的新闻。所谓合理，一是要契合时代发展的需要，把主题主线报道做精致做出彩，引起受众的共鸣，进而主动“追剧”。二是要经常深入基层，到最火热的一线去采访和锻炼，亲身感受不一样的生活和经历，打动自己才能打动别人。三是采写带着自己汗水和百姓勤劳汗水的新闻，用不一样的真实生动故事，去深深感动受众愿意主动转发和传播。

5. 加强新闻道德伦理建设，要把社会效益放在首位，维护规范的新闻秩序

业界皆知，新闻作品有其商品属性，这一属性体现在新闻作品的市场信息价值上。一直以来，媒体实现商业价值，都是通过提供真实准确、个性独立的新闻产品带来影响力，然后寻求商业市场回报。[8] 全媒体时代到来后，一些新媒体把新闻的商品属性无限放大，追逐自身平台的商业价值最大化。这种行为顾此失彼，必然导致低俗化、金钱化、交易化，一切以商业利益为衡量标准，置媒体的社会效益于不顾。其实，不管是传统媒体还是新媒体，社会效益始终要排在第一位，绝不能为了经济利益而侵害社会效益。

有一个例子或许可以说明媒体重视新闻社会效益的必要。2021年5月下旬，甘肃省某县承办第四届黄河石林山地马拉松百公里越野赛，但比赛进行约四小时后，突遭极端天气，21名参赛选手因此遇难。此事迅速在网上发酵，无数人关注事故发生的原因和如何善后。次日，有关部门举行新闻发布会，相关部门负责人向公众和遇难家属道歉。可是，就在这天当晚，一家电视台竟然重播比赛开幕式上很多参赛选手跃跃欲试的片段，画面一片祥和、喜庆。这让遇难者家属和观众作何种感想？他们的心情是否能承受这种画面？广大网友们在视频链接后指责说：“都出事了，还播这开幕？合适吗？”“这对家属是二次伤害。”随后，相关部门回应说，电视台的做法确实欠妥，但具体情况需要和电视台进一步了解。而这家电视台则说，这是前一天的自动设置，忘记取消。

不管相关部门和该电视台如何解释，这样的传播确实让人匪夷所思。不能为了商业利益，无底线地传播。只重经济效益，就会不顾一切地放大新闻事实和传播不必要传播的事实，这样势必影响新闻行业秩序，引起民众的公愤。也就是说，媒体从业者在新闻传播中，需要严守什么该做什么不该做、什么该说什么不该说的职业伦理，把社会效益放在首位，自觉维护传播秩序。

当前，媒体舆论环境与以前大不相同，更加彰显了新闻道德伦理建设的重要性，这是媒体从业者必须掌握的必修课。共建规范的新闻道德伦理秩序，也是媒体和媒体从业者的努力方向。当前，新媒体处于“高光时刻”，但它不是法外之地，其自由性、随意性、难控性，更说明我国在全媒体时代的新闻道德伦理秩序建设亟待加强和规范。当然，新闻道德伦理秩序的构建和实施，不只是单纯地为新闻工作者建立一个新闻道德规范，更重要的是进一步让媒体明确了自身的社会定位。[9]

在互联网时代，主流媒体已经不是消息发布的唯一渠道，能够发声的渠道很多，身处现场的路人，掏出手机就是一个自媒体。所以，抢发一手资讯，已经不是媒体的首要职责。在当前这个信息发达、传播迅速的全媒体时代，媒体更要遵守新闻道德伦理，杜绝因和其他同行抢时间、和自媒体抢流量，闹出荒唐的事件，做到守规矩、有底线，在及时准确地发布真实权威消息的前提下，及时发声、有效发声，自觉维护新闻秩序，生产有品质的新闻。媒

参考文献

[1] 杨保军 . 新闻道德论 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2010.
[2] 匡文波 . 新媒体概论 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2019.
[3] 杨正义 . 谨记党媒姓党的血脉传承 做党和人民信赖的广电媒体 [N]. 承德日报，2017-01-25.
[4] 郭庆光 . 传播学教程 [M]. 上海：复旦大学出版社，2011.
[5] 赵克家 . 浅谈新媒体环境下的新闻真实性 [J]. 中国传媒科技，2018（9）：53-54.
[6] 胡正荣，周亭 . 传播学概论 [M]. 北京：高等教育出版社，2017.
[7] 温克建 . 论灾难报道中的新闻道德伦理 [N]. 中国新闻出版广电报，2018-05-04.
[8] 周灿华 . 我国虚假新闻传播的受众心理研究 [M] . 北京：科学出版社，2018.
[9] 吴铁鸣，戎融 . 从新闻记者的职业道德看新闻伦理 [J]. 今传媒，2014（7）：33-34.

作者简介：锁敬慧（1977-），女，安徽亳州，安徽省亳州市亳州广播电视台总编室主任，研究方向：城市电视台媒体发展。

（责任编辑：李净）